



LES PROGRAMMES COURTS AVEC TF1 PUBLICITÉ

LE QUIZ DE
LA BIODIVERSITÉ









LES PROGRAMMES COURTS, DES TERRITOIRES D'EXPRESSION POUR LES MARQUES

Un programme court est un programme original d'1 min à 1 min 30'' qui véhicule des valeurs positives et dont la ligne éditoriale est en adéquation avec la chaîne.

DES MISSIONS PRÉCISES

- **Informer** : en prenant en compte les préoccupations du quotidien, en donnant des conseils bienveillants
- **Divertir** : pour gagner en proximité, en sincérité
- **Faire rêver** : en parlant de la réalité avec une dimension positive



Des Inventions et des Hommes

DES MODES D'EXPRESSION VARIÉS

- **Magazine**
- **Testimonial**
- **Service**


Du Côté de Chez Vous

LA DIFFUSION

- Sur une longue période et à un horaire régulier afin de créer un rendez-vous dans la durée
- À des carrefours d'audiences



LES PROGRAMMES COURTS, MODE D'EMPLOI

UN CADRE JURIDIQUE

- Le produit du parrain ne peut pas être vu
- Le programme ne peut pas inciter directement les téléspectateurs à acheter les produits du parrain
- Le parrain ne peut pas influencer le contenu du programme

UN MODÈLE ÉCONOMIQUE PARTICULIER

- La marque finance l'achat d'espace des billboards et la cession de droits des programmes



TF1, LA CHAÎNE DE RÉFÉRENCE DES PROGRAMMES COURTS

CHAÎNE DE RÉFÉRENCE DEPUIS PLUS DE 20 ANS











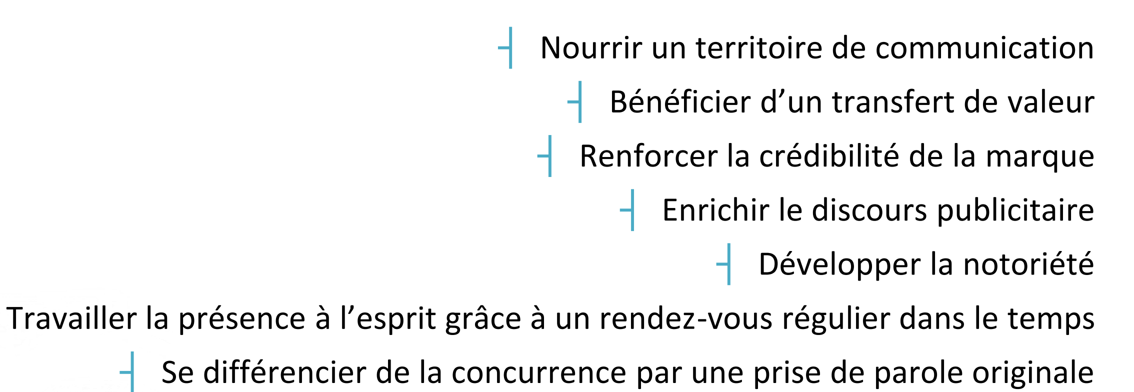
UNE VRAIE MAÎTRISE ET EXPERTISE ÉDITORIALE

UN POSITIONNEMENT CHAÎNE FORT

« TF1 la chaîne de l'émotion partagée »



LES PROGRAMMES COURTS, DE MULTIPLES ATOUTS



- Nourrir un territoire de communication
- Bénéficier d'un transfert de valeur
- Renforcer la crédibilité de la marque
- Enrichir le discours publicitaire
- Développer la notoriété
- Travailler la présence à l'esprit grâce à un rendez-vous régulier dans le temps
- Se différencier de la concurrence par une prise de parole originale
- Profiter de la puissance de la chaîne

DÉCLINAISON DU PROGRAMME COURT

Augmentez votre visibilité en déclinant votre programme court sur les différents supports du groupe TF1

Puissance — TF1 — TF1

Ciblage — TNT — Mixtes: HD1, 23

Affinité — THÉMATIQUES
- Hommes / CSP+: Eurosport, beIN Sport, LCI
- Femmes: TF6, tvbreizh
- Enfants: Disney Channel, Disney Junior, Disney XD, Disney Cinemagic, Boomerang, Cartoon Network, Boing
- CSP+: Ushuaïa TV, Histoire, Stylía

Proximité Trafic — RADIO — Les Indés Radios, MFM radio

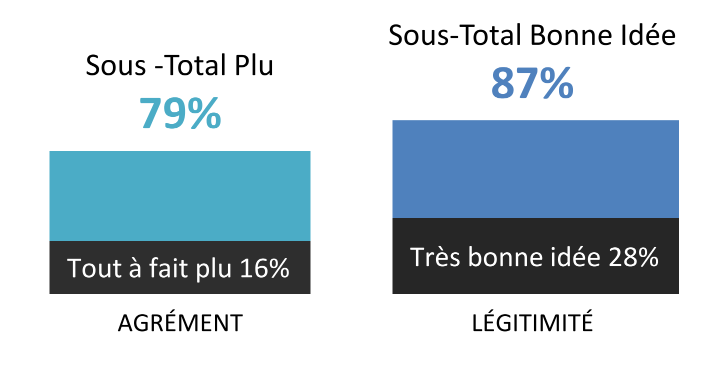
Couverture — PRESSE — metro

Interactivité — WEB
- Mixte: MYTF1
- Hommes 25-49 ans: TF1 News, Eurosport.com, beIN Sport, Telefoot, automoto, Rugbyrama.fr, metro
- 15-34 ans: wat.tv
- Enfants: Tfou, Disney.fr, UpToTen.com
- CSP+: Stylía, Ushuaïa



LE PARRAINAGE DE PROGRAMME COURT SUR TF1, UNE EFFICACITÉ PROUVÉE

DES ASSOCIATIONS APPRÉCIÉES ET LÉGITIMES…



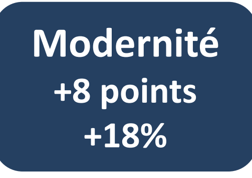
…POUR UNE PROGRESSION DE LA NOTORIÉTÉ

Top of Mind
+3 points
+4%

Spontanée
+4 points
+6%

Globale
+4 points
+17%

ET UNE PROGRESSION DE L’IMAGE DES MARQUES



Référence
+ 6 points
+15%

Qualité
+7 points
+15%

Proximité
+6 points
+14%

Source : E-top TNS Sofres – 79 bilans (écart entre exposés et non exposés) e-top : une base de données exclusive, créée en 2005 par TF1 Publicité



NOS PARTENAIRES DEPUIS 2011




































Source : Kantar Media - Du 1er janvier 2011 au 30 juin 2013